

제311회 서울시의회 임시회  
문 화 체 육 관 광 위 원 회

시민의 눈으로 한걸음 더

---

**TBS** 주요 업무보고

---

2022. 7.

서울특별시 미디어재단 **TBS**

# I . 연 혁

---

1990. 06. 11.

tbs FM 개국  
(FM95.1MHz)

1997. 05. 17.

방송국 청사 이전  
(종로구 도림동 → 중구 예장동)

2005. 03. 03.

tbs TV 개국

2008. 12. 01.

tbs eFM 개국  
(FM101.3MHz, 영어방송)

2013. 10. 14.

tbs eFM 중국어 개시

2016. 07. 02.

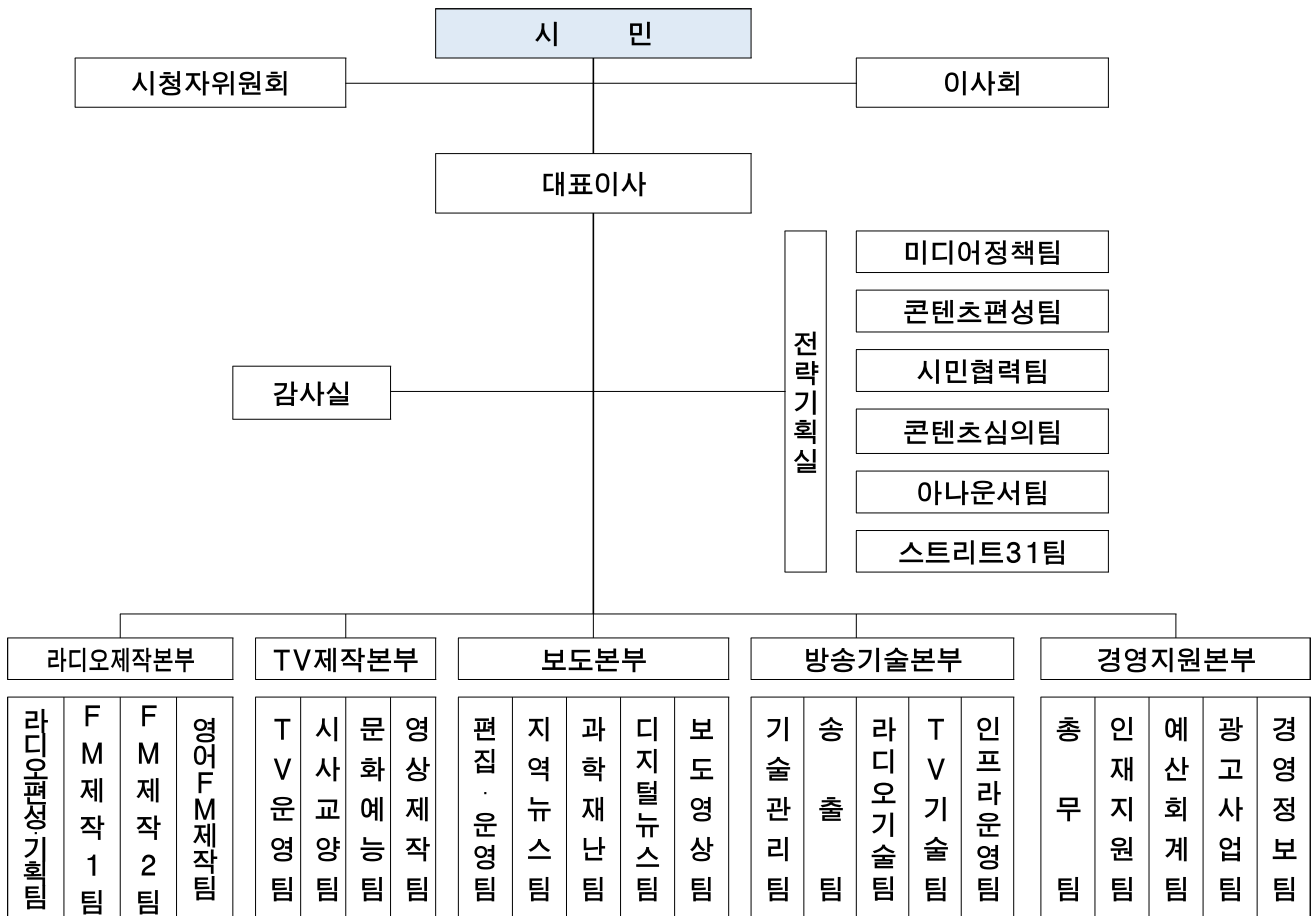
방송국 청사 이전  
(중구 예장동 → 마포구 상암동)

2020. 02. 17.

서울특별시 미디어재단 TBS 출범  
(市 사업소 → 지방출연기관)

## II . 일반현황

**조 직** : 2실 5본부 29팀



## 인 력

정원 398명 / 현원 352명 ('22. 7. 1. 기준)

구 분	계	대표이사	가급	나급	다급	라급	마급	관리운영직
정 원	398	1	28	52	53	76	179	9
현 원	352	1	22	48	53	48	175	5
과부족	△46	0	△6	△4	0	△28	△4	△4

※ 서울시 파견공무원(4명), 기간제 직원(26명) 제외

# 예산

## □ 세 입 : 46,500백만원

(단위 : 천원)

구분	세부내역	2022년	2021년	증감액	증감률(%)
합계		46,500,000	51,517,981	△5,017,981	△9.7
자체 자원	광고·협찬 수입	9,800,000	10,500,000	△700,000	△6.7
	기타영업외수익	200,000	-	200,000	-
	순세계잉여금	4,500,000	3,500,000	1,000,000	28.6
의존 자원	서울시 출연금	32,000,000	37,517,981	△5,517,981	△14.7

## □ 세 출 : 46,500백만원

(단위 : 천원)

연번	세부사업명	2022년	2021년	증감액	증감률(%)
합계		46,500,000	51,517,981	△5,017,981	△9.7
1	미디어 정책 기획 및 대외협력	88,736	82,660	6,076	7.4
2	콘텐츠 편성 및 평가	666,304	1,558,500	△892,196	△57.2
3	디지털 콘텐츠 제작 및 운영	640,193	409,250	230,943	56.4
4	매체 홍보 및 시민협력 추진	229,512	228,120	1,392	0.6
5	방송자료 관리	235,358	240,660	△5,302	△2.2
6	FM 방송제작·운영	3,300,000	3,946,364	△646,364	△16.4
7	eFM 방송제작·운영	1,516,923	2,309,380	△792,457	△34.3
8	TV 방송제작·운영	3,187,798	3,705,946	△518,148	△14.0
9	보도방송 제작	788,000	1,208,338	△420,338	△34.8
10	재난정보 운영관리	12,000	27,145	△15,145	△55.8
11	송신소 유지관리	489,000	495,000	△6,000	△1.2
12	방송장비 유지관리	1,268,547	1,654,162	△385,615	△23.3
13	정보화시스템 통합 유지보수	1,562,603	1,430,083	132,520	9.3
14	청사유지관리	2,556,211	2,492,602	63,609	2.6
15	광고 유치 추진	444,705	578,455	△133,750	△23.1
16	인건비	23,360,897	23,821,128	△460,231	△1.9
17	경비	6,153,213	7,230,188	△1,076,975	△14.9
18	예비비	-	100,000	△100,000	△100.0

## 이사회 현황

□ 임원 명단 : 이사 11명 (이사장 및 대표이사 포함), 감사 1명

직책	성명	입기	주요 학력 및 경력	비고
이사장 (비상근)	유선영 (56/여)	 '21.1.6 ~ '24.1.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 고려대학교대학원 신문방송학 석/박사</li> <li>○ (현) 성공회대학교 동아시아연구소/신문방송학과 교수</li> <li>○ (전) 한국언론정보학회 회장</li> <li>○ (전) 한국여성민우회 이사</li> </ul>	
대표이사 (상근)	이강택 (62/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울대학교 정치학과</li> <li>○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 대표</li> <li>○ (전) KBS PD</li> <li>○ (전) 전국언론노동조합 위원장</li> </ul>	
이사 (비상근)	방현주 (74/여)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베이징대 저널리즘&amp;커뮤니케이션 석사</li> <li>○ (현) 차하열 공공외교학회(中) 국제문화평화위원</li> <li>○ (전) MBC 아나운서</li> </ul>	
	오필훈 (55/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국외국어대학교 포르투갈어과</li> <li>○ (전) KBS 교양국장</li> <li>○ (전) KBS PD</li> </ul>	당연직
	김희경 (69/여)	 '21.11.30 ~ '24.11.29	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성균관대학교 신문방송학과 언론학 박사</li> <li>○ (현) 성균관대 사회과학대학 연구교수</li> <li>○ (전) 한국방송학회 지역방송특별위원회 위원장</li> <li>○ (전) KBS 시청자 비평 전문위원</li> </ul>	당연직
	차윤주 (82/여)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연세대학교 경제학과</li> <li>○ (전) tbs 프리랜서 기자</li> <li>○ (전) 뉴스1 기자</li> <li>○ (전) 전자신문 기자</li> </ul>	
	최성은 (71/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전북대학교 언론학 박사</li> <li>○ (현) 전주시민미디어센터 소장</li> <li>○ (현) 전북대학교 신문방송학과 겸임교수</li> </ul>	
	최원석 (68/남)	 '22.1.1. ~	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (현) 서울특별시 시민소통기획관</li> <li>○ (전) 서울시 대변인 언론담당관</li> <li>○ (전) 서울시 기획조정실 국제교류담당관</li> </ul>	당연직
	곽종빈 (75/남)	 '21.7.19. ~	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (현) 서울특별시 재정기획관</li> <li>○ (전) 서울시 자치행정과장</li> <li>○ (전) 서울시 조직담당관</li> </ul>	당연직
	양승창 (75/남)	 '21.2.1 ~ '24.1.31	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서강대학교 독어독문학과</li> <li>○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 라디오제작본부 PD</li> <li>○ (전) 서울시 교통방송 편성제작국 PD</li> </ul>	노동이사
	이강훈 (83/남)	 '21.2.1 ~ '24.1.31	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연세대학교 언론홍보대학원 석사</li> <li>○ (현) 서울시 미디어재단 티비에스 보도본부 취재기자</li> <li>○ (전) 동아일보 교육섹션 취재기자</li> </ul>	노동이사
감사	박성구 (68/남)	 '20.2.17 ~ '23.2.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울대학교 공법학과</li> <li>○ (현) 법무법인 태청 변호사</li> <li>○ (전) SBS 예능국, 스포츠국 PD</li> </ul>	

# Ⅲ . 매체

1



## 허가사항(방송통신위원회)

◆ 교통 및 기상 방송을 중심으로 한  
방송사항 전반

(상업 광고방송 제외)

※ 방송 재허가 : 4년

- '20. 12. 18. ~ '24. 12. 31.

## 콘텐츠 / 주 청취층

◆ 콘텐츠

시사·뉴스

교통·기상  
생활·자치정보

◆ 주 청취층

- 서울·수도권 시민 및 운전자

## 주요 프로그램

◆ 김어준의 뉴스공장 김어준

◆ 경제발전소 박연미입니다 박연미

◆ 허리케인 라디오 최일구

◆ 라쿠카라차 김기욱, 김혜지

◆ 신장식의 신장개업 신장식

◆ TBS아고라 김준일

## 수 상

◆ 제263회 이달의 PD상('22.1.)

- 라디오 시사·교양 부문: 〈코로나를 살다〉

◆ 제263회 이달의 PD상('22.1.)

- 라디오 음악·오락 부문: 〈어느 눈부신 날의 외출〉

◆ 제262회 '이달의 PD상'('21.12.)

- 라디오 시사·교양·음악 정규부문:〈최일구의  
허리케인 라디오 - '손님온다 어서옵쇼!〉

◆ 한국PD연합회 「한국PD대상」

‘라디오작가상’('21.4.)

- 〈김어준의뉴스공장〉

◆ 제249회 '이달의 PD상'('20.11.)

- 라디오 특집 부문: 〈2020전태일랩소디〉

## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행
김어준의 뉴스공장	날카로운 분석과 차별화된 인터뷰가 있는 시사 프로그램	【 월~금 】 07:05~09:00	김어준 (방송인) 
경제발전소 박연미입니다	시민과 함께 공부하는 경제 프로그램	【 월~금 】 09:00~10:00	박연미 (경제평론가) 
라쿠카라차	청취자 친화적인 젊은 감각의 교통 프로그램	【 월~금 】 10:00~12:00	김기욱 (방송인), 김혜지 (아나운서) 
최일구의 허리케인 라디오	꼭 알아야 할 정보와 교양이 어우러진 정보·문화 프로그램	【 월~일 】 14:05~16:00	최일구 (방송인) 
신장식의 신장개업	소홀했던 사회 이슈를 중점적으로 다루는 퇴근길에 듣는 따뜻한 시사 프로그램	【 월~금 】 18:05~20:00	신장식 (변호사) 
TBS 아고라	올바른 언론으로서의 방향을 제시하는 옴부즈만 프로그램	【 토 】 09:00~10:00	김준일 (언론인) 

**허가사항(방송통신위원회)**

- ◆ 영어를 주된 언어로 하는  
다국어방송 전반 및 광고방송
- ※ 방송 재허가 : 4년
- '20. 12. 18. ~ '24. 12. 31.

**콘텐츠 / 주 청취층**

- ◆ 콘텐츠
    - 외국인을 위한 종합 정보
- 금융 · 의료

국내외  
정치 · 외교
- 관광 · 문화

다문화 등
- ◆ 주 청취층
    - 서울 및 수도권 거주 · 방문 외국인

**주요 프로그램**

- ◆ This Morning Henry Shinn
- ◆ Life: Abroad 나승연
- ◆ Uncoded Aancod
- ◆ Diverse Voices 이자스민
- ◆ 한국어 천재 Punita
- ◆ 樂動首爾(악동서울) 쿤
- ◆ 天涯万里情(천애만리정) 무전

**수 상**

- ◆ 대만CLJAOM  
(해외화문(華文)매체보도대상)  
'화인(華人)커뮤니티프로그램상'  
( '21.10.)
- TBS eFM  
〈新冠肺炎疫情影响追踪  
(COVID-19 Live Updates)〉
- ◆ 제197회 '이달의 PD상'( '16.9.)
- TBS eFM 청사이전 기념  
특집다큐멘터리 〈Radio Dayz〉



## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행	
This Morning	출근길 신속한 뉴스와 깊이 있는 분석의 시사 프로그램	【 월~금 】 07:00~09:00	Henry Shinn	
Life: Abroad	국내에 거주하는 외국인들에게 한국에 대한 유용한 정보를 제공하는 프로그램	【 월~금 】 09:00~10:00	나승연	
Uncoded	영국 출신 버스킹 가수가 진행하는 다양한 음악 이야기 프로그램	【 월~토 】 10:00~12:00	Aancod	
Diverse Voices	이주노동자, 다문화가정 등 한국사회의 일원으로 살아가는 외국인의 목소리를 전달하는 프로그램	【 월~토 】 16:00~17:00	이자스민	
한국어 천재 (Korean Genius)	외국인을 위한 한국어 교육 프로그램	【 월~토 】 19:00~21:00	Punita	
樂動首爾 (악동서울)	국내거주 및 해외 중국인을 위한 K-Pop 등 한류컨텐츠 소개	【 월~토 】 21:00~22:00	쿤(NCT)	
天涯万里情 (천애만리정)	정보, 교양, 음악이 어우러진 매거진 형식의 중국어 프로그램	【 월~금 】 22:00~24:00	무전	

### 등록사항(과학기술정보통신부)

#### ◆ 지방자치정보

※ 방송 운용 개시일 : '05. 03. 01.

### 주요 프로그램

#### ◆ 더 룸 박지훈, 양지열

#### ◆ 정준희의 해시태그 LIVE 정준희

#### ◆ 신박한 벙커 송경아

#### ◆ 시민영상 특이점 이승윤, 김보빈

#### ◆ 역사스태이 흔적 심용환

#### ◆ 힐링스테이지 그대에게 시즌2 테이

※ 시즌2 종료 및 시즌3 준비 중

### 콘텐츠 / 주 시청층

#### ◆ 콘텐츠

- 서울·수도권 시민 공공정보

#### ◆ 주 시청층

- 서울·수도권 시민

### 수 상

◆ 방송통신심의위원회 '이달의 좋은 프로그램상'(22.5.) <5.18 민주화운동 특집 '오일팔 증명사진관'>

◆ YWCA가 뽑은 좋은 미디어콘텐츠상 최우수상(21.12.) <신박한 벙커>

◆ 한국PD연합회 제261회 '이달의 PD상'(21.11.) <역사스태이 흔적>

◆ 한국PD연합회 제260회 '이달의 PD상'(21.10.) <신박한 벙커>

◆ 한국PD연합회 제257회 '이달의 PD상'(21.7.) <힐링스테이지 그대에게>

◆ 한국과학창의재단 우수과학문화상품 우수상 ('20.11.) <신박한 벙커>

◆ 2020케이블TV 방송대상 <기획부문> ('20.10.) <경술국치, 부끄러움에 대하여>










◆ <TV민생연구소> 연속 수상  
- 방송통신심의위원회 3월 이달의 좋은 프로그램상 ('20.5.) 등 총 10건 수상

◆ 한국방송촬영인협회 '그리메상 우수작품상' ('19.12.) <영상기록 시간을 품다>

## 〈 주요 프로그램 개요 〉

프로그램명	내 용	방송시간	진 행
더 룸	하루의 중요한 이슈를 쉽고 재밌게 전달하며 쟁점과 맥락을 명확히 짚어주는 한밤의 시사토크쇼	【 월~목 】 21:00~22:00	박지훈 양지열 
정준희의 해시태그 LIVE	저널리즘 비평과 각종 사회 이슈를 인문학으로 풀어내는 프로그램	유튜브 라이브 【 금 】 09:00~10:30 TV 방송 【 월 】 20:30~21:00	정준희 
신박한 벵커	위기의 지구! 기후위기의 문제를 다각도로 다루는 환경·과학 전문 프로그램	【 목 】 22:00~23:00	송경아 
시민영상 특이점	사회적 이슈, 마을 이야기 등 시민이 직접 제작한 콘텐츠 방송	【 수 】 22:00~23:00	이승윤 김보빈 
역사스테이 흔적	서울 및 수도권의 다양한 문화유산의 역사, 스토리를 소개하고 이를 고품질로 기록하는 프로그램	【 목 】 09:00~09:30	심용환 
힐링스테이지 그대에게 시즌2 (시즌2 종료 및 시즌3 준비중)	코로나19 시대 시민을 응원하는 문화예술공연과 사회·인문학 지식이 함께 하는 <비대면 힐링 토크 콘서트>	편성 시간 미정	테 이 

## 〈 TV 방송 플랫폼 현황 〉

구 분	내 용								
방송 매체	<p>◆ IPTV</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px 0;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 15%;">채널명</td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">채널번호</td> <td style="text-align: center;">214번</td> <td style="text-align: center;">167번</td> <td style="text-align: center;">245번</td> </tr> </table> <p>◆ 케이블TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국 90개 유료방송사업자(SO) 中 86개 방송사에 송출 중</li> <li>※ 미송출 4개 중소 SO를 제외한 86개 SO 가입가구는 전체 케이블TV 가입자의 약 97%에 해당(2022.6월 기준)</li> </ul>	채널명				채널번호	214번	167번	245번
채널명									
채널번호	214번	167번	245번						
인터넷 매체	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 유튜브, TBS 앱, 카카오TV, 네이버TV : 실시간 방송 및 VOD</li> <li>◆ 팟빵(팟캐스트) : AOD</li> <li>◆ Wavve : 실시간 방송(교통FM)</li> <li>◆ ODK : VOD</li> <li>◆ 삼성TV플러스 : 스트리밍 TV</li> </ul>								

# IV. 비전 및 정책방향

## 비전

시민을 위한 공공미디어플랫폼 TBS

## 미션 (목표)



## 추진전략

혁신적이고  
차별화된  
콘텐츠  
전략

선도적인  
디지털 전략  
수립과  
조직 정비

협업과  
공유를  
통한 자원  
다각화

실질적  
시민 참여  
방안  
구체화

조직의  
혁신과  
수평적  
문화 확산

## 추진체계



## V. 주요업무

- ① 지역 공영방송으로서 역할 수행
- ② 수도권 재난 주관방송사로서 역할 강화
- ③ 취재·보도역량 강화를 통한 솔루션 저널리즘 정립
- ④ 킬러콘텐츠 개발 및 채널 브랜딩 확대
- ⑤ 시민참여 프로그램 제작 지원 확대
- ⑥ 상업광고 허용을 위한 전방위적 노력
- ⑦ 안정적 수익구조 구축을 위한 사업다각화 및 재원다각화

# 1 지역 공영방송으로서 역할 수행

프로그램 공정성 및 공익성 강화를 통한 지역 공영방송으로서의 공적 역할 수행과 대시민 신뢰도 제고

## □ 추진방향

- 지역 공영방송사로서의 정체성 확립 및 공익적 역할 강화
- 프로그램 공정성 확보를 위한 노력 강화

## □ 세부 추진내용

- 1단계: 매체별 **공적 기능 명확화**

매체	주요 공적 기능
FM	<ul style="list-style-type: none"><li>· 다양한 지역 여론 형성</li><li>· 지역정보(교통/기상/시사 등) 전달</li><li>· 시민참여 미디어 기능</li></ul>
eFM	<ul style="list-style-type: none"><li>· 외국인 대상 국내정보전달</li><li>· 이주민 소수자/약자를 위한 서비스</li><li>· 사회 통합 및 국제도시 위상 강화</li></ul>
TV	<ul style="list-style-type: none"><li>· 창의적, 혁신적 프로그램 제공</li><li>· 콘텐츠 다양성에 기여</li></ul>

- 2단계: **지역 교통·기상정보에 특화된 ‘지역 미디어 허브’ 확립**

### — 교통 프로그램 전문성 강화

#### ▶ 2WAY 전략

- 듣기 편하고 참여하기 쉬운 ‘데일리 교통 예능프로그램’
- 현안, 정책, 제도, 신기술, 문화 등 심층분석이 필요한 주제의 ‘월별 교통특집방송’으로 이원화

#### ▶ 시승기, 자가정비 등 주제별 콘텐츠 제작



－ 모빌리티 관련 신규 콘텐츠 제작

- ▶ 전기차, 수소차, UAM(도심항공교통) 등 내연기관을 벗어난 모빌리티 콘텐츠
- ▶ 자율주행 등 미래 모빌리티 인프라, 다양한 자동차 브랜드의 미래 비전 등 혁신 기술 관련 콘텐츠
- ▶ 자동차 지식 및 산업, 안전, 법규, 정책 등 교통 전반 콘텐츠
- ▶ 지자체, 자동차 업계 등과 협업하여 신규 콘텐츠 제작지원 유치

－ 교통량이 많은 평일 출퇴근 시간 및 주말 교통정보 강화 ('22.1.1.~)

- ▶ 교통 리포터 집중 배치 및 프로그램 내 교통정보 제공시간 확대

－ 오전 7시 정각에 교통정보 프로그램 <출근길엔 TBS> 편성 ('22.1.10.~)

－ 지역 관련 콘텐츠를 생산, 유통함으로써 지역 공동의 가치 형성 및 공유



모빌리티 관련 콘텐츠 <티포트>

교통정보 제공 <출근길엔 TBS>

○ 3단계: TBS 공정성 강화를 위한 시스템 강화

－ 심의 규정 이해 및 준수를 위한 제작진 교육 및 소통

- ▶ 주요 심의 기준에 대한 제작진 교육 및 간담회 실시(정기 및 수시)
- ▶ 심의 지적사안에 대한 사례 DB 구축  
(BIS 내 심의제재 현황 DB 구축 및 업데이트)

－ 주요 시사 프로그램 대상 내부 심의 체계 유지

- ▶ 모니터링 보고서 작성 및 심의결과 소통체계 강화
- ▶ 방송심의회 개최를 통한 방송사고 심의 및 의결

－ 공정성 제고를 위한 「TBS 콘텐츠 제작 가이드라인」 교육 및 보완

- ▶ 제작진에 대한 「TBS 콘텐츠 제작 가이드라인」 및 저널리즘 교육 지속
- ▶ 학계 등 전문가 집단 및 실무 프로그램 제작진의 의견을 반영해 제작 가이드라인의 보완 추진



## 2 수도권 재난 주관방송사로서 역할 강화

재난 대응 체계화를 통한 신속·정확한 방송 → 재난·재해 주관방송사로서의 공적 책무 이행

### □ 추진방향

- 재난 발생 시 정보 수집 → 즉시 방송, 취재현장 대응 체계화
- 코로나19 등 감염병과 관련한 신속·정확한 정보제공

### □ 세부 추진내용

- 폭우, 폭설 등 재난 발생 시 즉시 방송체계 구축, 신속한 기자 현장배치 및 취재·보도
- 코로나19 관련 기획보도 강화
  - 코로나19 발생 후 2년간 코로나19 확진자 현황, 과학적·의학적 사실에 근거한 백신/변이 바이러스 등의 정보 전달



〈코로나19 2년 기획 리포트 뉴스 보도〉



〈코로나19 2년 기획 리포트 뉴스 보도〉

### ○ 대설·폭우·미세먼지 등 자연재해 대응 재난방송 실시

- FM, eFM, TV
  - ▶ 코로나19 정책 및 재난·재해 단계에 따른 스팟 및 캠페인 수시 송출
    - ※ **코로나19 정부 지침 변경 시 즉각 반영**
  - ▶ 정보센터 및 기상청 리포터를 통한 신속한 상황 전달
  - ▶ 각종 기상 재해 발생 시 자막, 기상단 버그 및 스팟 방송을 통해 발령 사실과 행동요령 등 고지

- 서울·수도권 대설 상황발생에 따른 신속한 재난방송 실시 : '22.1.19. / 2.1.
- 미세먼지 저감조치 발령내용 보도 : '22.1.8.~9. / 2.11.~12./3.9.
- 폭우로 인한 도로 통제 상황 등 피해상황 보도: '22.6.28~7.1. / 2.11.~12./3.9.
- 자연재해·재난 상황 발생 시 피해 현장 취재, 라디오뉴스 및 프로그램 연결



<TV 속보자막시스템>



<TV 스팟 고지>

○ 보도본부 내 과학재난팀 운영 → 재난·재해 보도 전문성 강화

- 개편된 코로나19 검사 체계 및 치료 관련 정보 대시민 제공
- 백신, 중증 장애인 재택치료 등과 관련한 심층·기획리포트 제작
- 전문가 인터뷰 등을 통해 위드코로나 이후 방역대책, 일상생활 등 사회 방향성 제시

<p>전문가 심층 인터뷰</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 내용 : 코로나19 팬데믹 2주년 특집 좌담 (2022.1.20.)</li> <li>- 출연 : 이재갑 교수(감염병 전문가), 김명희 박사(예방의학), 박건희 단장(감염병 관리)</li> <li>- 주제 : 국내 첫 코로나19 확진자 발생 후 2년, 한국사회의 방역 체계 및 예방 등</li> </ul>
---------------------------	--



<코로나19 관련 전문가 심층 인터뷰>



<코로나19 관련 기획 보도>

### 3 취재·보도역량 강화를 통한 솔루션 저널리즘 정립


취재 기자들의 전문성 확대 및 이슈, 사회 현안에 대한 지속적인 취재 → ‘심층성·지역성’을 결합한 TBS뉴스의 솔루션 저널리즘<sup>1)</sup> 정립

#### □ 추진방향

- 단발성 취재에 그치지 않고 사회 현안에 대한 여러 이해관계자들의 심층 인터뷰, 전문가 진단, 대책 등을 지속적으로 보도 → 행정기관 정책에도 반영될 수 있도록 해법에 대한 다각적인 취재·보도
- 지역, 교통, 보건, 재난 등 기자별 취재분야 지정으로 지속적인 기획취재 여건 마련 및 전문성 확대

#### □ 세부 추진내용

- 수도권 지역 현안 이슈 밀착 취재 프로그램 제작·방영 : '22. 6월 ~
  - 수도권 지역 현안의 문제점과 실태, 해결방안을 찾아보는 지역 이슈 밀착 취재 프로그램 <우리동네 라이브> 제작

	방송	기획 의도
	매주 목요일 10시 TBS TV 및 온라인 동시 방송	수도권 지역 이슈 심층 취재 및 해결방안 제시

- 시민 삶의 현장 심층 취재·보도 및 민생 관련 다양한 정보제공



< 우리동네 라이브 >


1) 솔루션(solution, 해법) 저널리즘은 문제점뿐 아니라 해결 방법까지 함께 제시하는 보도 방식

－ 〈우리동네 라이브〉 방송 회차별 내용

회차	방송일시	내용
1	6.23.(목)	문화재 보존과 지역개발
2	6.30.(목)	민선 8기 출범 D-1, 첫 법정 자치단체장 인수위 총결산
3	7.07.(화)	서울 교통 오지 실태 집중 취재

○ 위클리 **모빌리티 토크 프로그램** 제작·방영 : '22. 7월 ~

- － 미래 모빌리티 정책.환경.기술변화에 대한 전문보도, 토크 프로그램 제작
- － 기존 교통수단 → 미래 모빌리티 전환과정에서 택시 서비스업 종사자 등 소외되는 계층은 없는지, 교통약자에 대한 대책은 제대로 마련됐는지 집중 취재.보도
- － 시민들의 교통생활 편의와 직결되는 이슈 현장 취재, 시민 인터뷰 등을 통해 대도시권 교통정책에 대한 공론의 장 마련

	방송	기획 의도
	매주 수요일 09시 TBS TV 및 온라인 동시 방송	미래 모빌리티, 전기차, 친환경 모빌리티 등 이슈 취재 및 토론

－ 〈모빌런들〉 방송 회차별 내용

회차	방송일시	내용
1	7. 6.(수)	모빌리티가~ 바뀌! 20년 뒤 어떻게 달라질까?
2	7.13.(수)	내겐 너무 비싼 전기차, 구매 대신 개조는 어때?
3	7.20.(수) 예정	UAM 세상, '이동의 민주화'나 '부의 양극화'나



< 모 빌 런 들 >



○ 차별화된 과학·재난 관련 콘텐츠 제작

- 심각한 기후위기, 감염병의 일상화, 잦은 자연재해 등에 대한 심각성 제고, 해법 제시, 체계적 대응을 다루는 과학재난 관련 콘텐츠 제작
- 도시 밀집에 따른 환경, 교통, 대기오염원 문제 등을 현장 취재와 전문가 대담 등을 통해 집중 진단 → 시민들의 공론의 장 마련
- 다양하고 차별화된 콘텐츠 제작을 통해 접근하기 어려운 과학재난 분야에 대해 시·청취자에게 알기 쉽게 전달하여 접근성 강화

콘 텐 츠	기 획 내 용
인싸_이드	 <p data-bbox="620 1061 1249 1144">과학기술, 기후위기, 자연재해, 환경 분야의 여러 이슈를 심층 취재 및 제작</p>
인싸랑	 <p data-bbox="572 1503 1299 1585">과학·재난·환경 등 각 분야의 최전선에서 연구하는 관련 분야 전문가 인터뷰 등</p>
랭킹 인 싸이언스	 <p data-bbox="601 1944 1272 2027">시민이 꼭 알아야 할 과학기술과 환경 상식을 랭킹쇼로 가공하여 시민들에게 알기 쉽게 전달</p>

## 4 킬러콘텐츠 개발 및 채널 브랜딩 확대

유튜브 채널 전략 및 운영의 혁신적 개선과 함께 디지털 킬러콘텐츠 제작을 통해 TBS 디지털 콘텐츠의 위상 및 수익성 제고

### □ 추진방향

- ‘공익성’과 ‘전문성’을 갖춘 신규 유튜브 채널 브랜딩
- 청취자 친화 라디오 예능 편성으로 TBS 채널의 경쟁력 강화
- 해외 방송사와의 콘텐츠 교류 확대로 외연 확장

### □ 세부 추진내용

- **교통정책 · 모빌리티 전문** 유튜브 채널 <타방> 활성화
  - 국토교통부, 서울교통공사, 쌍용차 등과의 협업 통한 이슈선점, 시의성 있는 콘텐츠 기획과 프로모션 진행으로 채널 브랜딩 강화
  - 2022.6.11. 채널 오픈, 구독자 2.95천명 돌파



TBS 유튜브 채널 <타방>

- **미래 모빌리티 전문 프로그램** 기획·편성
  - 교통·기상 전문 프로그램 <라쿠카라차> 편성 확대 (1시간 → 2시간)
  - <월간 교통특집> 프로그램 편성
    - ▶ 일 정 : 월 1회 제작
    - ▶ 진행자 : 권용주(국민대 자동차운송디자인학과 겸임교수)
    - ▶ 내 용 : 교통 이슈, 정책 현안(자치구별 교통 현안 인터뷰), 시기별 교통 테마, 친환경 모빌리티 등에 관한 토론 및 시민 의견수렴

○ **국내 최초 기후 위기·안전 전문 프로그램 제작**

- 전 세계 곳곳에서 벌어지는 폭염, 한파, 대홍수 등 국내·외 기후 및 안전 관련 이슈를 생생하게 전달하고 기후 위기 극복 방안을 모색하는 국내 최초 기후 위기, 안전 전문 프로그램 <신박한 벙커> 제작
- 시민들에게 기후 위기의 중요성 및 안전에 관한 내용을 지속적으로 알리고, 행동 변화를 촉구하는 역할을 하고 있음.

※ 수상실적

- 2021 제260회 한국PD연합회 ‘이달의PD상’ 수상
- 2021 제25회 YWCA가 뽑은 좋은 미디어 콘텐츠상 ‘최우수상’ 수상



< 신박한 벙커 >


○ **기후위기·과학환경 전문 유튜브 채널 <싸바나> 활성화**

- 신개념 환경·과학 예능 콘텐츠 제작 및 프로모션을 통해 실천적 대안과 정보를 담은 인포테인먼트 채널 브랜딩 강화
- 2022.7.7. 채널 오픈, 구독자 1.55천명 돌파



TBS 유튜브 채널 <싸바나>

○ **라디오 예능 기획·편성**으로 청취자 친화력 강화

프로그램	방송시간	진행자
 <p>9595쇼</p>	월~일 12~14시	박성호(개그맨) 강지연(아나운서)
 <p>네시 상륙작전 최장군입니다</p>	월~일 16~18시	최지은(아나운서)

○ **eFM 외연 확장**을 위한 콘텐츠 교류 확대

- 외국어 방송3사 협력 강화 <제2회 Oneness Festival> 개최(12월 예정)
  - ▶ 외국어 방송 3사(TBS eFM, BeFM, GFN) 공동제작 프로그램 기획으로 제작비 절감 및 콘텐츠 교류 활성화
- 해외방송사 콘텐츠 교류 협약 M.O.U 체결
  - ▶ 말레이시아 CITYPlus FM (21.11.)
  - ▶ 타이완 국립교육방송 NER (22.02.)
  - ▶ 캐나다 Fairchild Radio (22.03.)
  - ▶ 호주 2CR (22.06.)

○ **유튜브 킬러콘텐츠 개발**

- <짤짤이쇼> 등 유튜브 오리지널 콘텐츠 경쟁력 강화
- 핵심콘텐츠 캐릭터를 연계한 다양한 스핀오픈 기획·제작
  - : 건강, 먹거리, K콘텐츠 등으로 연계
- 서울시 자율주행 시대 개막에 맞춘 모빌리티 콘텐츠 강화
  - <이차-저차,웃차 시즌2> 제작 ('22.1.1.~)
- <사회실험카메라 순간365> 등 시민참여 콘텐츠 제작 ('22.1.11.~3.15.)

○ **OTT 진입을 위한 핵심 콘텐츠 제작**

- 추진방향
  - ▶ OTT 콘텐츠의 90%는 영화, 드라마, 예능
    - 대규모 제작비 투입되는 드라마, 예능보다는 TBS만의 틈새시장 개척 필요
    - 많은 제작비가 소요될 경우 제작투자, 제작지원, 공동제작 등의 방안 모색



– 추진전략

- ▶ 기획 단계에서부터 홍보 마케팅, 협찬 등 사내 협업을 통해 추진
- ▶ OTT 플랫폼의 사업투자설명회 기획안 공모나 OTT 진입 경험이 있는 채널 혹은 제작사와의 공동 제작도 고려
- ▶ 경쟁력 있는 기획안 작성 후, 제작투자 및 OTT 진입 시도

– 추진현황

- ▶ 현재 2개의 프로그램 기획 완료 : 문화·공연(K-버스킹) 콘텐츠 / 여행 콘텐츠
- ▶ 제작투자 및 OTT 진입을 위한 프로그램 제안 중
- ▶ 제작투자 규모 및 OTT 진입 결정 후 프로그램 제작

○ TBS 캐릭터 <티봉이>를 활용한 콘텐츠 마케팅 및 사업 모델 확장



- TBS 캐릭터 <티봉이>를 통한 TBS 인지도 향상 및 긍정적인 브랜드 이미지 제고

- 캐릭터 활용한 이모티콘·굿즈 이벤트 진행을 통해 콘텐츠 홍보·시청층 저변확대
- 캐릭터 인스타툰 마케팅을 통해 시민과의 소통력 강화
- TBS 캐릭터를 활용한 다양한 사업 영역 확장 추진



<이벤트 프로모션>



<인스타툰>

○ 디지털 콘텐츠 수입 다변화

- 유튜브 협찬 PPL 광고 활성화 : 중소기업/여성기업과 연계
- 유튜브 오리지널 콘텐츠의 팟캐스트 입점 182
- 페이스북/인스타그램/카카오톡 등 SNS를 통한 콘텐츠 마케팅 강화

## 5 시민참여 프로그램 제작 지원 확대

유관기관과 협력 네트워크를 강화하고 시민서포터즈 운영 등을 통해 시민참여를 활성화하여 '시민의 방송' 역할 강화

### □ 추진방향

- 시민의 방송 참여 확대 및 지역 네트워크 협력 강화
- 시민의 방송으로서 TBS 역할 및 브랜드 이미지 강화

### □ 세부 추진내용

- **시민들에게 방송 참여 기회를 제공하는 TV 프로그램 제작**

프로그램	제작 개요
시민영상 특이점 시즌 4	<ul style="list-style-type: none"><li>· 진행자 : 이승윤 (개그맨), 김보빈 (TBS 아나운서)</li><li>· 방송시간 : 수 22:00~23:00</li><li>· 주요내용 : 우리동네 이야기 등 시민이 직접 제작한 콘텐츠 방송</li></ul>

- **〈시민영상 특이점〉 시민제작자 참여 확대 및 네트워크 강화**

- 2022년 55개 팀으로 확대 ('21년 25개 팀)
- 프로그램 운영위원회 개최(매월 온·오프라인)
- 시청자미디어재단, 마을미디어지원센터, SBA, 마을미디어 등과 연계해 프로그램 제작
- 2022년 시청자참여프로그램 제작지원 사업 선정 ('22년 3월)
  - : 시청자미디어재단 45,600,000원 지원
  - ▶ 「재개발로 사라지는 우리동네」, 「서울의 밤」, 「우리가 버린 장난감은 어디로 갈까?」 등 다양한 이야기를 주제로 시민들이 영상 제작
  - ▶ 회당 23분 시민영상 방영, 5월부터 현재까지 총 8회 방송

○ **시민참여형 프로그램 제작지원**

– TBS <우리동네라디오> 프로그램 시민참여 강화

- ▶ 시청자미디어센터, 서울·경기 지역미디어센터, 마을미디어지원센터, 마을미디어네트워크 등 <우리동네라디오> 운영협의회의 정책 및 제도에 대한 자문 협조 : '22.1월~
- ▶ 경기도민의 미디어참여 활성화를 위한 업무협약 : 경기시청자미디어센터('22.3월)
- ▶ 시민제작자 모집 : '22.6월~(상시)

○ **공동체라디오 협력 강화**

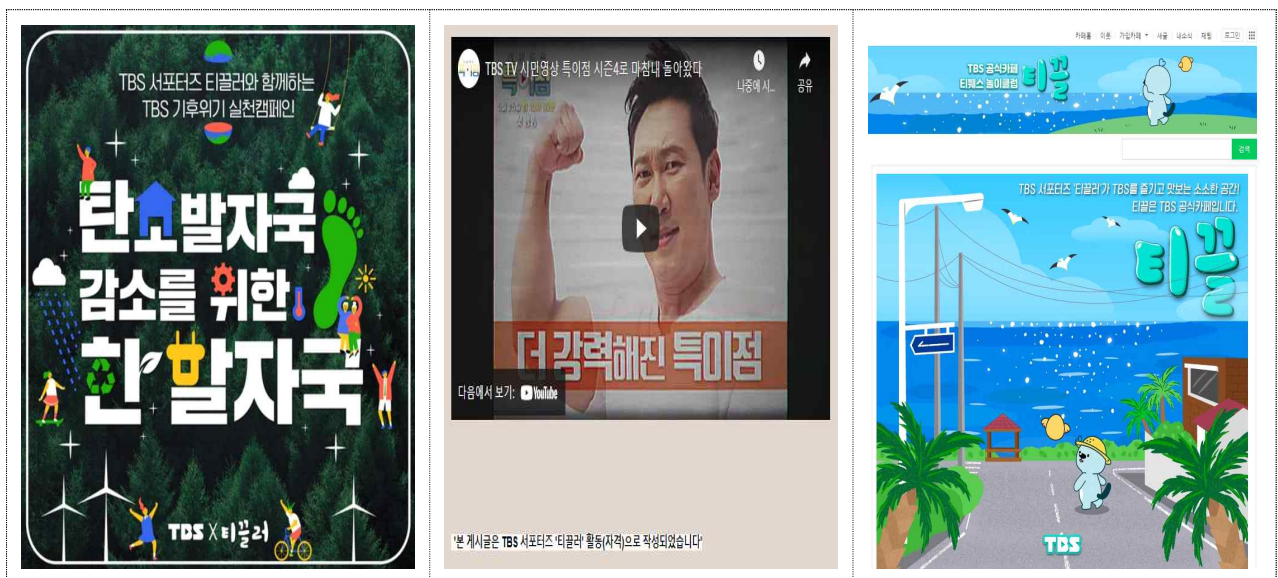
- 한국공동체라디오방송협회 업무협약으로 지역밀착형 협력 강화('22.3.29.)
  - ▶ 공익적 콘텐츠 상호 교류 및 시민 참여방송 활성화, 재난재해 콘텐츠 공유 협력 등

○ **유관기관 협력 네트워크 강화**

- 5.18기념재단, 5.18.기념식 수중계 및 TV 캠페인 영상 송출('22.5월~6월)
- 서울문화재단, 2022 신진예술인 지원 프로젝트 공동 기획 및 제작('22.8월~)
- 서울연희문학촌, '문학에 물들다' 공동 기획 및 제작 추진('22.10월 예정)

○ **시민서포터즈 '티플러' 운영**

- 시민참여형 TBS 기후 위기 실천캠페인 추진: '22.5월~
- 시민서포터즈와 함께하는 TBS 콘텐츠 온라인 홍보



<기후위기 실천캠페인>

<TBS 콘텐츠 홍보>

<온라인 공식 카페 활동>

## 6

# 상업광고 허용을 위한 전방위적 노력

지속적 발전 가능한 재원 구조 확립 방안 추진 및 단기적 목표로서의 상업광고 허용을 통한 재정 안정화 도모

### □ 추진방향

- 상업광고 허가 승인을 통한 재정 건전성 확립
- 상업광고 허용을 위한 내·외부 타당성 확보

### □ 세부 추진내용

- 재단 창립 2주년 성과에 바탕한 **상업광고 허용 신청**
  - 1단계: 재단 출범 2년간의 성과 및 한계에 논거한 상업광고 허용 재요청
    - ※ 'TBS의 재원 안정화 방안' 모색을 위한 공동 토론회 개최('22.1.26.)
  - 2단계: 상업광고 허용 타당성 논거 마련 및 우호적 환경 조성
    - ▶ 미디어 환경 및 사회적 변화를 고려한 상업광고 허용 필요성 등 논거 마련
  - 3단계: 상업광고 허용 시기 합의 및 절차/방안 구체화
    - ▶ 상업광고 허용 가능 시기에 대한 방송통신위원회와의 협의 및 절차 구체화
- **상업광고 필요성에 대한 여론 형성 및 관련 법·제도 정비**
  - 상업광고 허용 필요성에 대한 우호적 환경 조성
    - ▶ 시민단체, 학계 등과의 네트워크 강화, 경쟁 사업자와의 우호적 관계 형성
    - ▶ 시민단체(언론개혁시민연대, 언론인권센터) 주최 토론회 개최
  - 법·제도적 정비
    - ▶ 광고판매대행사업자 지정 및 안정적 운용을 위한 법·제도 정비
- **상업광고 허용 이후의 구체적인 광고 전략 수립**
  - 외부 연구 용역 등을 통한 기획 및 전략 수립 추진

## 7 안정적 수익구조 구축을 위한 사업다각화 및 재원다각화

다양한 비즈니스 모델 구축을 통한 재정 악화요인 극복 및 지역공영방송으로서의 모범적 수익모델 정립

### 추진방향

- TBS의 다양한 방송 콘텐츠 기반으로 광고·협찬 적극 유치
- 온라인·모바일 플랫폼을 통한 콘텐츠 재가공·판매 등 새로운 수익원 발굴
- 다양한 매체 결합상품 개발을 통한 광고·협찬 수익 확대

### 광고 및 협찬 유치실적(7월 현재)

2022년 목표액	계약실적 (’22.1.1~6.30.)	목표 달성률
9,800백만원	3,711백만원	37.8%

### 세부 추진내용

- **TBS 플랫폼별 결합상품 개발**을 통한 광고·협찬 수익 확대
  - 출·퇴근 시간대 FM 결합상품 런칭 판매
  - 팟캐스트 및 팟캐스트 결합상품(Radio, TV) 판매
- **제작지원, PPL, 프로그램 코너기획**을 통한 **수익 채널 다양화**
  - 제작지원
    - ▶ TBS TV <그대에게 시즌3>, <역사스태이지 흔적> 등 TV 콘텐츠를 활용한 정부, 공공기관, 지자체, 민간 제작지원 확대
  - PPL(간접광고) 유치 확대
    - ▶ TBS 유튜브 오리지널 콘텐츠 <짤짤이쇼>, <우리동네 라이브> 등을 활용한 중소기업 PPL(간접광고) 유치 확대 추진
  - 프로그램 코너 협찬
    - ▶ FM <허리케인 라디오> 등 오락 콘텐츠를 기반으로 한 타겟 기획으로 프로그램 코너 협찬 추진

- **온라인·모바일 광고수입 확대를 위한 전략적 대응 추진**
  - TBS 온라인 및 모바일 웹 페이지 보도기사 내 위젯 광고 진행 ('22.5.9)
  - TBS 온라인 및 모바일 웹 페이지 배너 광고 추진
  - TBS 앱 어플리케이션 음성 및 배너광고 상품 다양화 진행 ('22.7.11)
- **외부기관 공모사업 참여로 공동 캠페인 추진 및 관련 수익 확보**
  - 한국산업안전보건공단 주관 '안전문화 확산 공모사업' 선정('22.2.)
    - ▶ 건설 추락사고 예방 안전캠페인
- **수도권 공공기관을 연계·활용하는 공동 캠페인 유치**
  - 정부·지자체·공공기관의 공익광고 유치
  - 서울시·자치구·투자출연기관과의 행사중계, 공동캠페인을 통한 수입확대
- **민간 기업 대상 신규 협찬 및 광고 판매 확대**
  - 정부·지자체·공공기관 이외의 '민간' 신규 협찬 광고주 발굴 지속
- **공적 자원 확보 방안 마련**
  - 공적 자원 확보를 위한 국고(기금) 신청(2022.3.28.)
    - ▶ 지역방송 해석에 관한 법률 및 채널 설립과정 및 실적에 바탕을 둔 공적 지원 필요성 재정리를 통한 공적 자원 마련
  - 유관기관 연계사업을 통한 방송 외 사업 수익 확보 추진
  - 방송발전기금 확보를 위한 외국어방송 3사 협력 강화
    - ▶ 외국어방송사협의회 사업 영역 확대
    - ▶ 외국어방송 3사 대표자회의(2022.3.16.), PD대회(2022.6.10.)
    - ▶ 2022 Oneness Festival을 위한 회의 진행(2022.6.30.)
- **재원 수요 및 관리를 위한 전담기구 구성**
  - 재정투명성위원회 운영
    - ▶ TBS 재정의 독립적 평가와 운영을 제시할 수 있는 재정 수요조사 성격의 재정투명성위원회 설치 추진

# 참 고 자 료

① 2021 행정사무감사 처리결과 보고서

---

# 2021 행정사무감사 처리결과 보고서

(문화체육관광위원회)

서울특별시 미디어재단 티비에스

## □ 총괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 20 건

○ 조치내역

구	분	계	완 료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	20	17	2	1	0
	시정· 처리요구사항	12	10	1	1	0
	건의 사항	7	6	1	0	0
	기타(자료제출 등)	1	1	0	0	0



# 시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 삭감된 출연금과 자체재원으로 기존 세출예산 규모를 맞출 수 있는 상황이 아님. 상업광고 허용이라든지 이런 물적 기반의 토대가 마련되어야 함. 출연금 삭감은 예산을 통한 압박으로 심각성을 인지하고 대책마련 필요함. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 검토중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안정적 자원 확보 방안 검토 중           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공적자금: 지방정부 보조금(출연금) 이외의 국고 지원(eFM 지원, 제작비지원 등) 추진</li> <li>- 상업적 수익: 유튜브 수익제고 및 프로그램 판매 등 수익원 다변화</li> </ul> </li> <li>○ 다만, 부족 자원 충당을 위해서는 상당 기간이 소요되는 만큼, 점진적 자원구조 변경을 위한 일정 기간동안의 지원 필요</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안정적 자원 구조 마련을 위한 방안 마련           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세미나 개최, 연구용역 등 추진 방안 마련</li> </ul> </li> <li>○ 상업광고 허용 추진 및 공적재원 등 마련           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상업광고 허용을 위한 법·제도적 절차 마련 및 대외 여론 형성</li> <li>- 외국어방송사협의회 운영 지원</li> </ul> </li> </ul>
<p>○ 언론중재위에서 반론보도와 정정보도 결정을 내렸음에도 불구하고, 이의신청을 해서 서울시와 소송까지 하는 것은 문제가 있어보임. 앞으로 서울시와 소통을 강화하여 보도 전 팩트체크를 반드시 해야할 것. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 뿐만 아니라 당사자의 요청이 있을 경우 사실관계를 파악하여 정정보도와 반론보도를 하고 있음</li> <li>○ 언론중재위는 ADR기관으로 해당 결정에 따른 이의신청은 법률에서 보장하는 권리절차로 당해 사건은 법원 판결에 따름</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시와 협력 및 소통체계를 강화           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업무 관련성이 높은 기관과 소송까지 가지 않도록 사전협의</li> <li>- 방송 전 실제적 사실관계와 객관성·정확성 재고 노력</li> </ul> </li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 공영방송으로서 정치적 중립을 지키고, 자체재원 확보를 통해 출연금 의존도를 지속적으로 낮춰나가야 할 것. (전략기획실, 경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 출연금 외 다양한 재원구조 마련 및 확보를 위해 노력중 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국고, 발전기금 등의 공적재원 확보 추진</li> <li>- 프로그램 수신료 및 판매 확대를 통한 콘텐츠 경쟁력 강화</li> <li>- 디지털 콘텐츠 등의 방송사업 외 수익 증대</li> </ul> </li> <li>○ 협찬, 광고 수익 이외에 제작지원, 간접광고, 코너기획을 통한 수익 채널 다양화</li> <li>○ 뉴미디어를 통한 수익 활동 강화 및 신규 재원 적극 창출 노력</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자체 수입 증대 노력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수신료 수입 현실화(서울시의회 공조)</li> <li>- 유튜브, 프로그램 판매 수익 제고</li> </ul> </li> <li>○ 서울시·정부·지자체·공공기관 대상 “협찬” 신규 섭외 현장 영업 강화</li> <li>○ 공모사업 참여 지속 추진으로 관련 수익 확보</li> </ul>
<p>○ 시장과의 면담 등 적극적인 소통이 필요 (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장-대표이사 간 면담 추진하여 ‘공영방송으로서의 TBS의 역할’, ‘경영개선을 위한 노력’ 등의 현안으로 논의함(‘21.11.24.)</li> <li>○ 재단 설립 후 현재까지 총 17회의 이사회를 개최하고 서울시 소관부서와 소통을 통해 재단의 주요 현안처리 및 의사결정과정에 대해 수시로 논의함.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 방송통신위원회, 서울시의회, 서울시 소관부서 등 유관 기관과의 긴밀한 소통을 통해 공영방송으로서의 역할을 다할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 장애인고용 관련 적극적인 대책을 마련해 줄 것. (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2021년 장애인(운동선수) 채용 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국장애인고용공단 및 서울특별시장애인체육회 컨설팅을 통한 채용 가능 직무 발굴 완료 및 채용 추진</li> <li>- 추가채용 : 5명(중증5) / 고용산정인원 : 10명(중증)</li> <li>· 채용완료 : 4명(중증4) / 채용진행중 : 1명</li> <li>※ 의무 고용인원 15명 중 14명 채용완료 예정(‘22.1.)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 장애인 적합 직무 추가 발굴 추진</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 킬러 콘텐츠의 청취율 및 시청률이 기존 프로그램과 차이가 크지 않은 바, 킬러 콘텐츠 기획 및 제작을 위한 개선방안을 마련할 것. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 청취율 조사결과를 바탕으로 프로그램 전면 재검토 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3월 또는 4월 봄개편 추진</li> </ul> </li> <li>○ 콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 전담 인력 배치 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 킬러 콘텐츠 및 신규 프로그램 개발을 위한 별도 기획팀 운영</li> </ul> </li> <li>○ TBS TV는 채널번호의 접근성이 떨어지는 등 시청률 상승에 한계를 가지고 있음에도 불구하고 TV 프로그램별 최고 시청률의 경우 50위 이내 프로그램은 '19년 2개에서 '20년 6개, '21년 9개로 증가하는 등 상승세를 유지하고 있음.</li> <li>○ 특히 '21년 TV 자체 프로그램 8개가 모두 최고 시청률 30위권 내외를 기록하는 등 킬러콘텐츠가 시청률을 이끌어가기보다는 다양한 프로그램들이 전반적으로 안정적인 시청률을 기록하고 있음.</li> <li>○ 한편 TV프로그램은 공신력있는 대외기관 수상을 통해 콘텐츠의 우수성을 인정받고 있음. '21년 &lt;힐링스테이지 그대에게&gt;, &lt;신박한 벙커&gt;, &lt;역사스태이 흔적&gt;은 한국PD연합회 '이달의 PD상'을 수상했고, &lt;신박한 벙커&gt;는 YWCA가 뽑은 좋은 미디어콘텐츠상 최우수상을 수상한 바 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 라디오 플랫폼에 국한되지 않은, 시민들에게 소구력 있는 콘텐츠 제작으로 경쟁력 강화</li> <li>○ 지속적인 기획팀 운영으로 조직 및 구성원 역량 강화</li> <li>○ TBS TV는 '22년 상반기에 기획제작 TF를 구성해 공익적이면서 파급력 강한 킬러콘텐츠를 개발하는데 역량을 집중할 예정임.</li> <li>○ 최근 시청패턴은 TV에서 유튜브, OTT 등으로 급격히 옮겨가고 있는 추세임. 따라서 TBS 영상콘텐츠도 TV플랫폼에서 유튜브, OTT 중심으로 접근성을 향상시킬 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 뉴스공장 외 다른 프로그램의 청취율 및 시청률 향상을 위한 개선 방안을 마련할 것. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 21년 4R 청취율 조사 결과, 작년 8월 론칭한 저녁시사프로그램 &lt;신장개업&gt;이 청취율 2.0%로 전체 프로그램 100위 중 43위를 기록, 주말엔 &lt;허리케인라디오&gt;가 2.5%로 25위를 기록함. (주중, 주말 포함 16개 프로그램이 TOP100 안에 랭크)</li> <li>○ 이후 청취율 조사결과를 바탕으로 봄 개편 시행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 편성 조정 및 경쟁력 있는 진행자 발굴</li> </ul> </li> <li>○ 프로그램 코너 활용한 유튜브 콘텐츠 제작 활성화로 유튜브 채널 및 청취율 동반 상승효과 모색</li> <li>○ &lt;더룸&gt;의 경우 2022년 대선을 앞두고 프로그램의 개편을 진행하여 시사중계 형식의 새로운 시도를 통해 시청률이 향상됐고 &lt;해시태그&gt;, &lt;신박한 벙커&gt; 등의 프로그램들도 아이템과 내용의 내실화를 추진하여 시청률 향상을 도모하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 개편 시 냉철한 분석을 통한 프로그램 선택과 집중</li> <li>○ 시청자들에게 좀 더 소구할 수 있도록 꾸준히 노력할 것이며 이와 더불어 유튜브 조회수, 대외수상, 수익창출 등 다른 지표에서 성과를 낼 수 있도록 다양하게 노력할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 모바일 어플리케이션 사용에 불편함이 없도록 시스템 구축 및 개선방안을 마련할 것. (방송기술본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민의 입장에서 TBS 모바일앱 사용시 불편한 점을 선제 파악하여 전면 UI의 시인성(음성광고 등)과 제보의 접근성을 용이하게 개선하였으며,</li> <li>○ 뉴스페이지의 특수문자 및 상세내용이 보이지 않는 등의 앱 내 오류 현상을 수정하였음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 모바일 채팅 기능을 고도화하여 활성화시키고,</li> <li>○ 이용자 접근성을 지속적으로 최적화할 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS TV 시청률이 여전히 저조하며, 번호통합도 개선되지 않고 있음. 대책을 마련해 개선하기 바람. (전략기획실, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 추진중</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS-TV 시청률은 지속적으로 상승하고 있다는 판단이며, 서울수도권 IPTV 기준으로 공공 재원이 투입되는 11개 PP(KTV, 한국직업방송, YTN사이언스 등) 중 시청률이 가장 높음.</li> <li>○ 재단화 이후 TBS-TV 가시청 가구수 또한 약 500만 가구가 증가된 점을 감안하면 향후 채널 인지도 및 영향력이 증대할 것으로 판단함.</li> <li>○ 또한 미디어환경은 플랫폼이 다양화 되고 있으며, 매년 TV 시장의 시청률 하락하고 있는 추세이며, 시청률 조사의 신뢰도에 대한 문제가 제기되고 있음.</li> <li>○ 이에 따라 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작하여 TV매체에만 집중하기 보다는 여러 플랫폼에 연계 편성하는 전략을 추진하고 있음. 예산 등의 여건에 따라 불가피하게 재방송 비율이 높은 TBS의 현실과 변화된 미디어 환경에 맞춰 채널 시청률보다는 주력하는 개별 콘텐츠의 시청률 및 성과 제고를 중심으로 편성, 제작할 계획임. ※ 최근 TV시청률 조사의 신뢰도와 한계에 대한 문제점이 공론화되고 있으며, 이를 보완할 수 있는 조사 방법에 대한 논의가 이루어 지고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 시의회 및 서울시와의 협조를 바탕으로, 플랫폼 사업자들을 대상으로 한 번호 통합 또는 선호 번호로의 변경 설득 추진</li> <li>○ 상반기 개편(3월~6월) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주력 콘텐츠 내실화, 신규 플랫폼 진입 조사</li> </ul> </li> <li>○ TBS TV는 '22년 상반기에 기획제작 TF를 구성해 공익적이면서 파급력 강한 킬러콘텐츠를 개발하는데 역량을 집중할 예정임.</li> <li>○ 최근 시청패턴은 TV에서 유튜브, OTT 등으로 급격히 옮겨가고 있는 추세임. 따라서 TBS 영상콘텐츠도 TV플랫폼에서 유튜브, OTT 중심으로 접근성을 향상시킬 계획임.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 국가인권위 조사결과 국내체류 외국인의 긴급재난문자나 뉴스 의존도가 65%가 되는데 해석이 좀 어려운 현실임. TBS의 역할이 필요. (라디오제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국내 거주 외국인을 대상으로 재난정보 제공 확대 (eFM) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 〈COVID19 LIVE UPDATES〉 영어, 중국어로 방송</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS eFM에서 더욱 충실히 재난 상황과 대응 방법 등에 대해 전달하며 외국인들이 재난정보에 소외되지 않도록 노력</li> </ul>
<p>○ 직원들 간 편차가 심한 시간외 수당 개선 필요, 못 받거나 과도하게 받거나 하는 부분에 대하여 조사실시 후 조정요청함. (경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시간외근무 현황 조사 실시 〈 교대근무자 〉 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기 제출된 시간외근무수당 자료는 “시간외근무수당, 야간근로수당, 휴일근무수당”이 모두 합산된 금액이었으며, 방송국 특성상 다수의 24시간 교대근무 운영이 불가피함에 따라,</li> <li>- 휴일과 야간에도 근무를 하는 교대근무자(30여명)의 경우 타 직원 대비 법적 수당인 가산임금이 높을 수 밖에 없음</li> </ul> </li> <li>〈 시간외수당 미지급자 〉 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관리자, 임신기/육아기 근로단축, 출산휴가 및 휴직, 탄력근무 (아나운서, PD) 등에 따른 미발생 인원으로 조사 완료</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방송시스템 고도화 및 근무제도 지속 개선 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송시스템 개선, 교대근무 제도 보완 등을 통하여 수당 등의 편차를 줄일 수 있는 방안을 지속적으로 모색하겠음</li> </ul> </li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 예산편성과 집행에 있어 광고유치추진비와 미디어정책 대외협력비를 증액할 수 있도록 요청. (전략기획실, 경영지원본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 미디어정책 대외협력비의 경우 22년 예산 증액 편성 완료 - '22년 예산액 : 89백만원('21년 83백만원 대비 6백만원 증)</li> <li>○ 광고 유치 추진비의 경우 <u>수수료가 발생하지 않는 한국언론진흥재단의 광고계약진수가 증가함에 따라 지급수수료 수요 감소분 감액 편성된 부분이며, 그 외 경비의 경우 전년 동일하게 편성하였음</u></li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 앞으로도 합리적인 예산편성을 통해 미디어정책 대외협력과 광고유치추진 강화에 만전을 기하겠음</li> </ul>

# 건의사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS는 유지비용, 인건비 등 예산을 더 과감하게 공격적으로 해야됨. 민관이 함께 상업광고에 힘써야 하며, 시민소통도 마찬가지로 주체인 TBS가 제일 많은 노력을 해야 할 것임. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '22년 예산의 경우 사업비가 전반적으로 감액되었으나, 상업광고 허용과 관련된 예산은 전년대비 증액하여 확보하였으며, 관련 사업을 강화해 나아갈 것임.</li> <li>- 미디어 정책 기획 및 대외협력 89백만원('21년 83백만원 대비 7.4% 증)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 추후 상업광고 허용과 관련하여 추가적으로 소요되는 예산에 대해서는 예산 변경을 통해 적극 지원 예정임</li> </ul>
<p>○ 민형사 소송건에 대하여는 잘 대처하여 시민의 공영방송사의 가치와 명예를 지키기 바람. 다만, 소송에 있어 적절한 선택과 집중이 필요함. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 재단화 이후 급격히 민사소송과 형사사건이 증대하고 있으며, 법무법인과 유기적으로 협력하여 부당한 소송과 고소·고발에 적극 대응하고 법무역량 강화에 노력하겠음</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소송 전후 화해·조정 및 권리침해 구제 방안 강화</li> </ul>
<p>○ 방송 공정성 제고를 위한 세미나 및 공정성 확보 연구용역 이후 후속 조치가 미흡. 공정성 제고를 위한 재단의 역할 및 방안에 대한 정리가 필요해 보임. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세미나 등을 통한 의견수렴 및 TBS의 입장을 외부에 적극 홍보해 왔을 뿐 아니라, 내부적으로 해당 연구결과를 제작과정에 반영하도록 노력하고 있음</li> <li>○ &lt;제작가이드라인&gt; 마련을 통하여 방송 내용에 대한 공정성 확보 등 공적 책임 수행에 노력함.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학계, 시민단체 등과의 지속적 소통을 통한 공정성 제고를 위한 의견 수렴 및 경영상 반영 노력 추진</li> </ul>



시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 시청자 민원 처리가 빠르게 처리될 수 있도록 노력할 것. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홈페이지 게시판 시청자 의견에 대한 각 부서 또는 프로그램 담당자에 대해 빠른 답변과 반영 요구.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시청자 의견 반영과 민원처리에 있어 지체되는 사안이 없도록 노력하겠음.</li> </ul>
<p>○ TV방송 프로그램 중 유튜브나 다른 채널을 통해 수익을 내는 프로그램은 극히 일부에 불과함. 뉴미디어채널에 업로드 하기 위한 영상만 제작하는 것이 예산 절감 및 조회수 증가를 통한 수익창출에 도움이 될 것으로 보임. (전략기획실, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS는 2021년 초 '유튜브 퍼스트 전략'을 수립하고, 전략기획실 내 디지털 콘텐츠 제작·전략 컨트롤타워 역할을 담당하는 '스트리트31'팀을 신설, 운영하고 있음</li> <li>○ &lt;짤짤이쇼&gt; &lt;퀴즈탐험! 시사의 세계&gt; &lt;국회 앞 유정다방&gt; &lt;이차-저차,웃차&gt; &lt;아이돌 표류기&gt; 등 시사, 모빌리티, 케이팝 콘텐츠 등 다장르의 유튜브 오리지널 콘텐츠를 제작하여 구독자에게 선보이고 있음.</li> <li>○ '21년 TV 정규 프로그램 협찬수익이 대폭 확대되었음. '19년도까지는 전무했고, '20년 1,800여만 원이었으나 '21년에는 3억여 원을 기록하는 등 앞으로도 수익이 확대될 가능성이 큼. 이를 기반으로 판매, 유튜브 수익 창출의 선순환구조를 이뤄내고 있음.</li> <li>○ &lt;더룸&gt;, &lt;해시태그&gt; 등의 시사교양 프로그램도 유튜브용 콘텐츠를 만들어 높은 조회수로 수익창출에 기여하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TV본부 자체에서 화제성 있는 유튜브 전용 콘텐츠를 기획·제작할 예정임.</li> <li>○ 협찬 및 대외협업 등을 통해 다양한 수익사업을 진행할 예정임.</li> <li>○ 변화하는 미디어 환경 속에서 디지털 이용자들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 킬러 콘텐츠 개발에 지속적으로 노력하겠음.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ MOU 통한 업무개선 및 성과반영하여 급변하는 방송 환경에 뒤처지지 않는 사업 개발을 할 수 있도록 노력해주시기 바람. (전략기획실)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 재단 전환 후 2020년 7회, 2021년 11회의 MOU를 진행하며 라디오통합플랫폼 구축 협약(KBS,MBC,SBS 등), 한국언론정보학회 학술대회 업무협약 등을 통해 방송 역량 강화에 노력하였으며, 경기콘텐츠진흥원 등 협약을 통해 수도권 공영방송으로서 지역 사회 미디어참여 활성화를 위해 꾸준히 노력하고 있음.</li> <li>○ 방송업계 내에서의 TBS 인지도 상승 도모 및 현안에 관한 공론의 장 마련을 위해 지속적으로 노력하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학계 네트워크 강화 및 밀접한 협력 관계 형성</li> <li>○ 추후 다양한 분야의 기관, 단체와의 MOU를 통해 공영방송으로서 퀄리티 있는 방송을 시민들께 제공하기 위해 노력할 것임.</li> </ul>
<p>○ TBS 전체 프로그램에 대한 청취율과 시청률을 높일 수 있도록 다양한 방면에서 노력해주길 요청. (라디오제작본부, TV제작본부)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민들의 관심사를 반영한 시의성 있는 특집 제작 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나19, 명절, 대선, 올림픽, 월드컵 특집 등</li> </ul> </li> <li>○ 유튜브 등 타 플랫폼으로의 콘텐츠 유통 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 전담 인력 배치</li> </ul> </li> <li>○ TBS TV는 지역공영방송으로서 시청률 향상보다는 시민들을 위한 공익적 콘텐츠 제작을 최우선 과제로 두고있음.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항

조치결과 및 향후추진계획

〈주요 프로그램〉

프로그램	내용
TBS 7	서울 및 수도권 중심의 이슈와 현장
TBS특보 코로나19	코로나19 등 재난정보를 전달
신박한 벙커	시민의 안전 이슈를 과학적 사고로 풀어봄
에코가 석자	기후 위기의 심각성 및 시민행동요령 알아봄
시민영상 특이점	시민제작자가 만든 영상을 소개함
역사스태이 흔적	서울 역사 공간을 스토리텔링하고 기록함
힐링스태이지 그대에게	비대면 문화공연으로 시민들을 위로함

- TV시청률은 채널번호의 열악한 한계에도 불구하고 타 공영유선방송 채널 대비 우위에 있음.

〈공영방송 TV채널 순위 비교〉

기준 : 수도권IPTV / 주중

	2020년	2021년 (~10/31)
TBS TV	56위	62위
A사	82위	78위
B사	106위	95위
C사	240위	252위

□ 향후계획

- 청취자들에게 사랑받는 재미있고 유용한 프로그램의 지속적인 기획 및 제작
- 프로그램별로 지속적으로 퀄리티를 높이고 상시 개편 시 출연진, 구성, 세트 등 전반적인 개선과 변화를 통해 시청률을 향상시키도록 노력하겠음
- 정규 프로그램을 유튜브에서 확산시켜 화제성을 일으킬 수 있도록 노력하겠음.
- 공익적이면서 파급력 강한 콘텐츠를 제작하도록 하겠음.

# 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 시간외 근무를 하지 않은 45명에 대한 자료 (경영지원본부)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 자료제출 완료(2022. 01. 11.)<ul style="list-style-type: none"><li>- 보직자(25명) : 관리자(대표이사1, 실·본부장5, 팀장19)는 시간외근무수당 지급 미대상 인원</li><li>- 기타(20명) : 임신기/육아기 근로단축, 출산휴가 및 휴직, 탄력근무(아나운서, PD) 등에 따른 미발생 인원</li></ul></li></ul>